

Apoyo social de inSided

Reduzca los costes de servicio
y aumente la satisfacción del cliente.
En cualquier momento. En cualquier lugar.
En cualquier canal



Apoyo social de inSided

La atención al cliente de la próxima generación para el consumidor social.

En el entorno empresarial actual, donde la competencia sigue creciendo, los márgenes se reducen y los servicios centrales se convierten en productos básicos, las empresas están obligadas a dedicarse verdaderamente al cliente. El apoyo social —el punto en el que se encuentran las comunidades de clientes en línea, las redes sociales y la atención al cliente tradicional— se ha convertido rápidamente en la interfaz principal entre la mayoría de las marcas y sus clientes y en un importante diferenciador. Esto ocurre especialmente en sectores como el de las telecomunicaciones, donde cerca del 50 % de los clientes cambiará de proveedor debido a los fallos en los servicios centrales y donde el uso del servicio de atención al cliente social se está disparando entre los consumidores inteligentes y competentes.

El apoyo social ha evolucionado por sí solo desde una estrategia operacional a futuro hasta ser un imperativo empresarial y uno de los más importantes impulsores de los beneficios medibles del resultado final. Los propietarios de un servicio y apoyo inteligentes aprovecharán el potencial del apoyo social para lograr sus objetivos empresariales.

El líder europeo



Beneficios clave



Reducción de costes de servicio

Reduzca una atención al cliente costosa y dirigida por intermediarios ayudando a sus clientes a solucionar los problemas dentro de su comunidad en línea. Utilice las percepciones sociales para mejorar la eficacia y la productividad de los intermediarios y cree soluciones de sustitución para áreas como la atención multilingüe y los productos de larga cola (long tail).



Aumento de la satisfacción y lealtad del cliente

Preste servicio en más canales y ahorre tiempo a sus clientes con el autoservicio social a través de los foros de apoyo entre iguales y las Preguntas frecuentes en línea. Desarrolle un diálogo continuo con sus clientes para aumentar la satisfacción, la lealtad y la defensa de su comunidad y su función de apoyo.



Optimización de recursos y ajuste de la función de apoyo

Proporcione un apoyo social 24/7 en cualquier lugar del mundo y sobre la marcha con las comunidades para móviles. Proporcione a los operadores de atención al cliente una información más completa y haga que trabajen de manera más eficaz. Identifique los problemas costosos con mayor rapidez. Permita que los clientes colaboren en el autoservicio y la gestión de la máxima afluencia de servicio.



Mejora de la gestión de conocimientos

Obtenga de los consumidores sus percepciones sobre los productos, servicios y procesos organizativos para construir bases de conocimiento de apoyo, obtener aportaciones de valor para la innovación de productos y optimizar la experiencia de atención al cliente.



Integración de su estrategia social

Mejore la rentabilidad de inversión social en las funciones de la empresa, casos de uso y canales, utilizando una plataforma de tecnología integrada que sitúe a su propio sitio web en el centro de la estrategia de apoyo social de su marca.

Impulsar el valor de empresa con comunidades de apoyo

La capacidad para construir una verdadera comunidad de clientes —en los canales— es una ventaja competitiva clave en esta era digital y comienza con poseer la experiencia del cliente social a través de las comunidades de clientes.

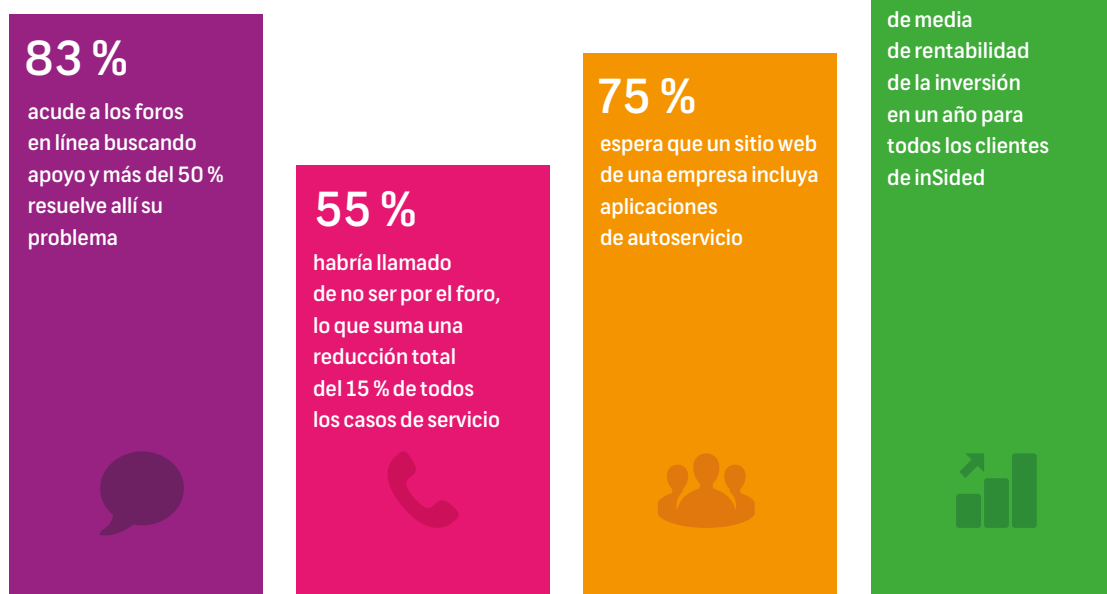
Estas redes abiertas, interactivas y siempre conectadas permiten que las personas contacten unas con otras y con su empresa y que obtengan la información que buscan. Al integrar las características de comunidad, su sitio web se convierte en un núcleo social que alberga conversaciones sociales relacionadas estrechamente con su marca y productos. Las comunidades proporcionan atención al cliente, marketing, CRM y otras funciones empresariales con un valor de negocio real y, en general, se las considera la piedra angular de cualquier estrategia de apoyo social eficaz.

Las comunidades de apoyo están concebidas para proporcionar apoyo a los clientes y usuarios de los productos o servicios de una empresa. Un impulsor importante de estas comunidades es la reducción del volumen de llamadas y el aumento de la resolución de servicio accediendo al conocimiento colectivo de la base de usuarios y haciendo que los miembros de la comunidad respondan a las preguntas de los clientes y compartan información y consejos de uso entre ellos. De media, se ayuda indirectamente a 30 personas con una respuesta dada en la comunidad.

Por lo tanto, una comunidad es una gran forma de captar y reclutar clientes como extensiones de sus equipos de apoyo y de reducir la carga sobre canales más costosos como el teléfono, el correo electrónico y las redes sociales externas como Facebook y Twitter.

“ En esta era del cliente, la única ventaja sostenible es el conocimiento y el compromiso con los clientes.

FORRESTER



La travesía del cliente social

La nueva travesía de apoyo del consumidor social es rápida y multicanal y está facilitada por las búsquedas y dirigida por el comprador. ¿Están preparados para una atención al cliente multicanal?



PROBLEMA

Tengo un problema con mi teléfono. ¿Dónde puedo conseguir ayuda?

Realiza una búsqueda en la web con Google, encuentra varios enlaces a respuestas de la comunidad en el sitio web de su proveedor.

Visita el sitio web de su proveedor en su tableta, ve el número de teléfono de atención al cliente pero, rápidamente, encuentra varios temas relacionados con su problema en el foro de apoyo.

BÚSQUEDA

Quizá pueda encontrar una respuesta en esta comunidad. Parece muy activa.

EVALUACIÓN

Hay mucho que aprender aquí. Espero que este foro me ahorre la molestia de llamar o escribir un correo a mi proveedor.

Examina el foro pero no puede encontrar una respuesta exacta y decide preguntar él mismo. Otro usuario de la comunidad ve la pregunta y la responde.

Recibe una notificación en su teléfono de que se ha respondido a su pregunta. Revisa y acepta la respuesta y comparte su valoración con sus amigos de Facebook. Se fija en que el foro está integrado en la página de marca de Facebook del proveedor.

SOLUCIÓN

*¡Mi problema está resuelto!
¡Y mucho más rápido de lo que me esperaba!*

CRECIMIENTO

Me alegro de que mi pregunta respondida pueda ayudar también a que otras personas aprovechen más su teléfono.

Un moderador revisa la respuesta y añade etiquetas para que otras personas la encuentren más fácilmente. El usuario responsable de la respuesta recibe un distintivo de experto por su apoyo, lo que aumenta su estatus en la comunidad.

Cómo puede ayudar inSided

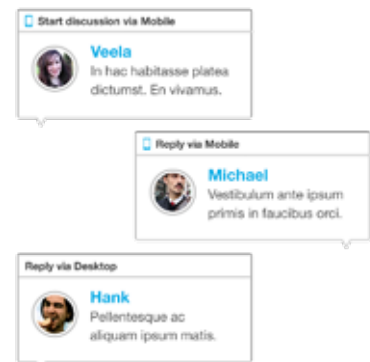
Para obtener los mejores resultados de sus iniciativas de negocio social, necesitará un servicio gestionado por expertos que utilice una plataforma demostrada con las prácticas recomendadas integradas. La plataforma inSided Social Business en la nube proporciona un completo e integrado conjunto de aplicaciones que pueden ayudarle a crear, organizar y gestionar la atención al cliente en línea y las comunidades de autoservicio.

Con más de 10 años de experiencia en la creación y funcionamiento de comunidades interesantes y exitosas en canales y dispositivos, nuestra plataforma le ayuda a ofrecer experiencias de atención al cliente de calidad constante y a resolver los desafíos de atención al cliente esenciales para su empresa. Sus clientes seguirán volviendo para hacer más negocio y resolver sus consultas en línea, reduciendo así la carga de su centro de contacto.

Comunidad de apoyo

Como uno de los módulos centrales de la plataforma inSided Social Business y el corazón de muchas comunidades de clientes de éxito, los foros conectan a expertos en productos con entusiastas de marca a través de apasionados debates entre iguales sobre el tema usted elija.

Los foros de inSided ofrecen una experiencia social fácil de utilizar para implicar a los clientes a través de un diálogo abierto con otros clientes y su empresa. Con una interfaz de usuario limpia, contenidos constantes y una profunda integración visual y técnica en su sitio web, los foros de inSided permiten que haya debates más naturales y significativos, lo que aumentará el tráfico desde los motores de búsqueda y hará que el público permanezca más tiempo.



Facilitar debates en su propia plataforma

Facilite la interacción de los clientes en diferentes categorías y foros. Los usuarios pueden publicar nuevos debates y preguntas u ofrecer comentarios en los temas existentes. Aumente la transparencia con los perfiles de usuario, incluyendo información personal y corrientes de actividad inteligente para destacar los contenidos nuevos.



Encontrar, calificar y compartir el mejor contenido

La información valiosa de la comunidad se identifica con las etiquetas, reputación, comentarios y respuestas marcadas de los usuarios. Esta información muestra lo que les gusta a los miembros de la comunidad o lo que les resulta útil y puede integrarse por todo su sitio web en resultados de búsqueda, widgets, marcadores y otros lugares pertinentes.



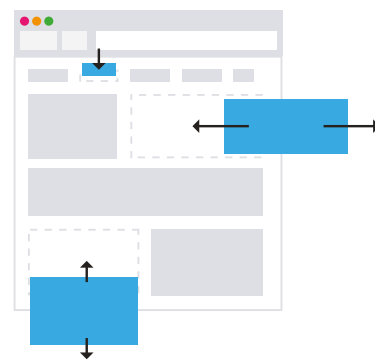
Aumentar la participación de la comunidad con la ludificación

Los foros de inSided combinan las amplias percepciones en las motivaciones de los miembros de la comunidad con la ludificación y los permisos basados en funciones. Esto motiva a las personas que solo leen y visualizan su contenido para que se conviertan en participantes activos, recompensa a los grandes colaboradores (con reputación social, niveles y privilegios) e identifica y desarrolla a los súper fans (que generan hasta el 50 % del contenido de la comunidad).

Sitio web

Todo el contenido y las funcionalidades de la plataforma inSided se integran en sus actuales sitios web de forma impecable. Impulsando las conversaciones sociales a lo largo de estos entornos prácticamente estáticos, ayudamos a reactivarlos y a garantizar que sus clientes puedan lograr sus objetivos eficazmente.

Dado que su comunidad se actualiza constantemente con preguntas, soluciones e historias, puede aprovecharlas como una pieza esencial de su estrategia de apoyo en la primera repuesta y utilizar la tecnología social de un modo verdaderamente común e innovador.



Integración de contenidos y diseño personalizado

El contenido de la comunidad como las respuestas recientes de su foro, las preguntas y respuestas entre iguales y los datos de usuarios pueden integrarse perfectamente en sus actuales sitios web, portales de cliente y aplicaciones para móviles. Al integrar sin problemas las características sociales y de comunidad en cada página, su sitio web se convierte en un núcleo social que alberga conversaciones que invitan a los clientes a relacionarse plenamente entre ellos y con su empresa, productos y servicios.



Búsqueda federada y base de conocimiento social

Integre la información de su comunidad en el motor de búsqueda de su sitio web, proporcionando a sus clientes el tipo de información adecuada para ellos. Construya una base de conocimiento social que ofrezca lo mejor de todos sus canales tradicionales y sociales en un único lugar unificado para ayudarle a acceder al conocimiento y las experiencias de sus clientes.



Preguntas y respuestas de productos

Impulse las páginas de comercio electrónico en su sitio web con preguntas y respuestas entre iguales, invitando a los compradores a hacer preguntas, encontrar respuestas y contar historias relacionadas con sus productos y servicios. Está demostrado que así se aceleran las decisiones de compra, se mejora la satisfacción del cliente y se reducen las llamadas al centro de contacto. Las preguntas y soluciones pueden dirigirse directamente desde su comunidad de clientes o hasta ella, lo que mejora su visibilidad y valor para los motores de búsqueda.



Acceso fluido

Deje que sus clientes inicien sesión en su comunidad utilizando un nombre de usuario sencillo y una contraseña o su cuenta de Facebook. Alternativamente, utilice su actual sistema de cuenta del sitio web integrando la autenticación única (Single Sign On) para ofrecer a sus clientes una experiencia fluida. Comparta el contenido y los datos de usuario entre su portal de clientes, comunidad y redes sociales.

Motores de búsqueda

El contenido generado por los usuarios y actualizado de su comunidad hace que su sitio web siga siendo fresco y dinámico, lo que mejora su posicionamiento en motores de búsqueda como Google y Bing.

Las comunidades de clientes de inSided utilizan nombres de dominio personalizados, páginas bien estructuradas, hipervínculos internos, snippets eficaces y metadatos personalizados para ayudarles a estar bien posicionados en los motores de búsqueda.

Todos los enlaces de los motores de búsqueda a los temas de la comunidad están altamente optimizados para el nombre de su empresa y el lenguaje orgánico y natural que los clientes utilizan para hacer preguntas, lo que da lugar a unas tasas de seguimiento de vínculos más altas. Su sitio web recibirá más visitas, que permanecerán más tiempo por el contenido interesante que encuentren y regresarán más a menudo.



“ Durante los próximos años, es probable que veamos la experiencia del consumidor integrada en el entorno físico y virtual de manera radical. La mayoría de las tecnologías necesarias para hacer realidad este escenario están disponibles actualmente.

McKinsey&Company

Grupo KPN

Varias marcas del Grupo KPN, el mayor proveedor de telecomunicaciones de los Países Bajos, están dirigiendo con éxito una comunidad de atención al cliente de inSided, mostrando así que una experiencia del cliente positiva va de la mano con el apoyo social.

Telfort ahorra **1 millón de euros** en costes de apoyo cada año y el programa de apoyo social fue premiado internamente como la iniciativa más orientada al cliente.

Más del 75 % de los clientes de KPN Hi afirma que el foro es un añadido excelente a los canales de atención al cliente de Hi. En un año, se ha alcanzado un caso práctico empresarial positivo y la comunidad sigue creciendo, superando a las Preguntas frecuentes tradicionales.

Simyo, la marca de descuento 100% en línea de KPN, logra reducir un **8 % la rotación de clientes**. Actualmente, la comunidad de apoyo es el canal de contacto más importante para la empresa.

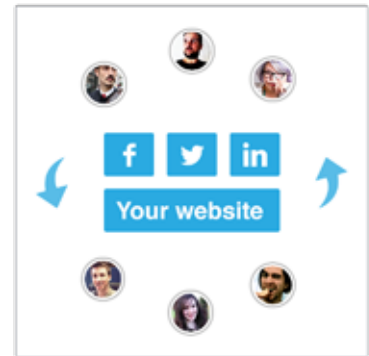
“ Para una marca en línea, es fundamental prestar servicio en el canal en línea. Con el foro de apoyo, proporcionamos una rentabilidad de inversión demostrada y mensurable en la reducción de llamadas.

Onno van der Poel
Director General de Simyo

Redes sociales

Amplíe su comunidad a su página de marca en Facebook e integre en su sitio web contenido y conversaciones pertinentes de sus canales de redes sociales.

Plataformas conocidas como Facebook y Twitter no son recursos suficientes para captar clientes y ofrecerles atención. Las publicaciones en estas redes solo están disponibles durante poco tiempo y no reducirán las solicitudes comunes excepcionales como las Preguntas frecuentes y otros asuntos fáciles de resolver. Además, no están optimizados para conectar a sus clientes unos con otros, lo que disminuye la colaboración y el apoyo social que podría tener lugar.



Puede mejorar el autoservicio utilizando una comunidad de clientes con enlaces sólidos a las redes sociales. De este modo, puede intercambiar contenido de estas redes con su comunidad, donde permanecerá durante más tiempo y puede seguir evolucionando. Las comunidades en línea son redes de clientes propias. Puede recoger el contenido generado por los usuarios que hay en ella, analizarlo y utilizarlo para conformar las decisiones empresariales. Además, puede seguir ofreciendo las experiencias de clientes sociales adecuadas para su marca sin importar cómo cambie el entorno de las redes sociales.

“ Aunque es posible que quiera dejar a sus seguidores de Facebook en Facebook, lo inteligente es desviarlos a sus propias comunidades siempre que pueda.



Dion Hinchcliffe, Grupo Dachis



Aplicación de Facebook

Lleve el apoyo entre iguales a sus seguidores de Facebook ampliando su comunidad con nuestras aplicaciones de Facebook. Facilite los debates en diferentes foros y categorías con una pestaña independiente en su página de marca con una apariencia original, donde las visitas puedan publicar temas nuevos (preguntas, ideas, sugerencias) y ofrecer comentarios sobre temas existentes de un modo intuitivo e inteligente. Pueden recomendar contenidos a sus amigos, ver las actividades de sus amigos en su comunidad y compartir temas nuevos en su propia biografía.

Intercambie preguntas y respuestas automáticamente con su comunidad de apoyo y ofrezca una búsqueda integrada para ayudar a sus clientes a encontrar respuestas sin tener que publicar preguntas de apoyo en su biografía. La gestión del contenido, la interacción y las estadísticas pueden estar centralizadas, por eso los súper fans y los moderadores de su comunidad apoyan a las visitas de Facebook y a las del sitio web por igual.



Integración de las redes sociales

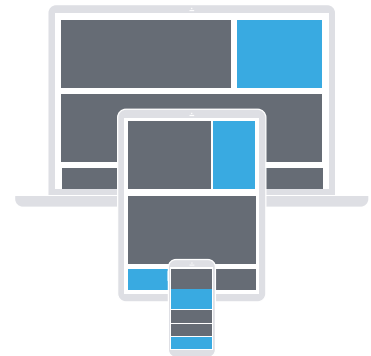
Obtenga respuestas de los miembros más activos de su comunidad y reduzca la necesidad de que sus operadores del centro de contacto respondan a las publicaciones en Twitter y Facebook, integrando contenido y conversaciones pertinentes de las redes sociales en las páginas de su sitio web. Facilite a sus clientes el uso de su comunidad y comparta su contenido favorito en sus redes sociales preferidas, utilizando el amplio inicio de sesión y compartiendo las capacidades que nuestra plataforma incluye.

Móviles

Implique a sus clientes en cualquier momento y lugar y evite las llamadas a su centro de contacto con una comunidad optimizada para móviles.

El porcentaje de visitas al sitio web desde smartphones y tabletas está creciendo espectacularmente, siendo en algunos casos hasta el 50 % de todas las visitas. Para asegurarse de que este grupo de usuarios de móviles cada vez mayor pueda acceder a su comunidad en cualquier momento y disfrutar de una gran experiencia, las comunidades de inSided pueden integrarse fácilmente en su sitio web y aplicaciones para móviles.

Llegue a sus clientes desde cualquier dispositivo que utilicen, para así poder concentrarse en hacer crecer su empresa. inSided Mobile le permite facilitar los debates en los móviles, ofrecer blogs y noticias sobre la marcha y hacer que su programa de investigación y co-creación sea también para móviles. Independientemente de que desee integrar su comunidad en un sitio web para móviles, una aplicación o una versión con capacidad de respuesta de su sitio web habitual, nosotros cubrimos sus necesidades.



“ Los móviles no son el futuro, son el presente. Tiene que encontrarse con los clientes en el entorno que ellos elijan, no donde sea más conveniente para usted.



Nate Elliot, Forrester Research

Hechos y cifras del apoyo social

El **70 %** de los consumidores confían en las opiniones de otros consumidores publicadas en línea y el **90 %** confía en las recomendaciones de las personas que conocen. Cuando necesitan ayuda, el **63 %** de los consumidores busca en línea casos de otras personas con problemas similares, mientras que solo el **19 %** de las marcas cree que eso es así. El **81 %** busca consejo en los sitios de redes sociales antes de comprar un producto.

Cuando el servicio en línea no satisface la demanda, el **57 %** de los consumidores utiliza canales más costosos como el teléfono o el correo electrónico, el **40 %** prefiere al autoservicio al contacto humano y el **17 %** se cambiará a la competencia. El **29 %** comparte una experiencia de servicio insatisfactoria, mientras que es probable que el **50 %** recomiende a una empresa después de una experiencia positiva.



Conecte su comunidad a su empresa

Amplíe su comunidad a sus procesos de negocio utilizando sus API e integraciones avanzadas, que le ofrecen una visión de 360 grados de sus clientes. Con conexiones de dos direcciones a los actuales sistemas de empresa, llevamos los datos que antes eran inaccesibles a un entorno de gran colaboración, donde las partes interesadas pertinentes en su organización pueden visualizarlos y actuar sobre ellos.

inSided amplía el alcance de su comunidad introduciéndola en los procesos de negocio y se integra con las herramientas de CRM, atención al cliente, desarrollo de productos y marketing. Puede adaptar la funcionalidad de la plataforma para que se ajuste perfectamente a sus necesidades durante cada etapa del ciclo de vida de su comunidad, comenzando con integraciones sencillas y ampliándolas fácilmente cuando su demanda cambie o su base de usuarios crezca con el tiempo.



CRM, software de contacto y lealtad del cliente

Conecte su comunidad con la gestión de casos y los sistemas de seguimiento de incidencias como Salesforce y obtenga, sincronice y aproveche los datos de integración de clientes sociales en cada aspecto de su empresa.



Bases de conocimiento y sistemas del centro de contacto

Integre contenidos de la comunidad dinámicos bajo petición y bases de conocimientos existentes, Preguntas frecuentes y directorios de productos en una base de conocimiento social y conéctelos con un software líder como Oracle RightNow.



Marketing por correo electrónico

Utilice las herramientas de notificación por correo electrónico incorporadas a nuestra plataforma o integre el contenido de la comunidad y los datos de perfil de los usuarios en sus actuales herramientas de marketing por correo electrónico.



Percepciones sociales

Conecte las herramientas de análisis y generación de informes en la plataforma inSided a los principales softwares de analíticas web y control de redes sociales, como Google Analytics, Omniture, Radian6 y Buzzcapture.



API de inSided

Construya contenido (de terceros) e integraciones de sistemas, personalice la experiencia del usuario y amplíe las capacidades de sus comunidades en nuevas formas de utilizar su sólida y flexible REST API.

T-Mobile

En la comunidad de apoyo de T-Mobile, más de **250.000 usuarios únicos al mes** debaten temas como suscripciones y auriculares.

Aunque los moderadores de T-Mobile son activos, los miembros de la comunidad **responden al 67 % de todas las preguntas**.

La comunidad está operativa desde 2009 y proporciona una **rentabilidad de la inversión de varios millones de euros** en cuanto a ahorro de costes en los canales de servicio tradicionales.

“ Nos sorprendimos por el gran volumen, la seriedad del tono de los debates y el hecho de que los clientes realmente se ayudan unos a otros.

Alexander Hamel

Director de Atención al Cliente de T-Mobile

Desbloquear el valor de negocio de su comunidad

inSided ofrece todas las capacidades fundamentales y las herramientas avanzadas que usted esperaría de una plataforma de negocio social líder en Europa, proporcionándole todo lo que necesita para crear y gestionar las experiencias de los clientes sociales de primera categoría en las plataformas y grupos de usuarios desde un único espacio de trabajo unificado.

Gestionar su comunidad de manera eficaz y efectiva

Las herramientas de gestión intuitivas y fáciles de utilizar, aunque avanzadas, en nuestra plataforma le ofrecen el control sobre su comunidad de clientes.

Los gestores y moderadores de la comunidad pueden gestionar su comunidad fácilmente en un entorno especializado, con una plataforma independiente y de fácil uso. La plataforma inSided Social Business está diseñada para satisfacer las necesidades de empresa con flujos de trabajo para varios miembros del equipo, herramientas de moderación eficaces, permisos basados en funciones y sólidas integraciones con los sistemas de administración.



- Modere el contenido de manera eficiente con descripciones inteligentes, informes de estado, etc.
- Clasifique y estructure el contenido con marcas, etiquetas del moderador, etc.
- Encuentre rápidamente la información pertinente utilizando búsquedas, filtros y clasificaciones.
- Utilice herramientas de flujo de trabajo y de colaboración a nivel empresarial.
- Exporte contenido de la comunidad y datos de usuarios para utilizarlos en otras aplicaciones.

Obtener percepciones de valor

Entienda el rendimiento de sus iniciativas de tecnología social y tome decisiones empresariales más inteligentes con las herramientas analíticas y las capacidades de información correctas.

Nuestras herramientas de inteligencia social le permiten realizar un fácil seguimiento y medición de la actividad de la comunidad en tiempo real, descubrir los temas principales, obtener percepciones de las conversaciones e identificar las personas con más influencia y los colaboradores más activos. Observe en profundidad las tendencias de comportamiento de los clientes y los patrones de adopción de los usuarios para ayudarle a crear planes para ampliar el compromiso, aumentar el número de miembros de la comunidad y optimizar la estrategia de su comunidad.



¿Necesita más? Nuestra arquitectura abierta le permite conectar fácilmente su paquete de análisis web a su comunidad de inSided para cuantificar el impacto de las conversaciones sociales en sus programas empresariales.

- Utilice un panel de mando visual y personalizable con métricas clave y percepciones factibles.
- Identifique el contenido y los usuarios de la comunidad con mayor rendimiento basándose en la actividad de la comunidad.
- Exporte informes personalizados para utilizarlos en otras aplicaciones.
- Conecte las percepciones sociales con su software de análisis actual.
- Introduzca datos de su CRM y otros sistemas empresariales.

Somos inSided

Como líder europeo en tecnología de negocio social, inSided cree que hay que conferir autoridad a los clientes para reducir costes, mejorar las ventas, desarrollar unas mejores relaciones con el cliente e impulsar la innovación.

La plataforma inSided Social Business impulsa a comunidades exitosas –atrayendo a millones de visitas– para empresas como BNP Paribas, KPN, Philips, Rabobank, Sonos, T-Mobile y TomTom. Somos un equipo experimentado, con la creación de comunidades fuertemente arraigada en nuestro ADN, continuamente enfocado en mejorar nuestro trabajo y su rentabilidad de inversión y que hace que nuestros clientes estén 100 % satisfechos. inSided es una empresa de capital privado con oficinas en toda Europa.

Soluciones

Transforme su empresa con nuestras soluciones sociales de apoyo, marketing, comercio y percepciones.



Apoyo social

atención al cliente,
autoservicio,
apoyo entre iguales



Marketing social

marketing de contenidos,
CRM social, compromiso
y lealtad del cliente



Comercio social

recomendaciones,
segmentación,
objetivo de comportamiento



Percepciones sociales

voz del cliente,
"crowdsourcing",
diseño de colaboración

Servicios

Para obtener el máximo beneficio y conseguir una verdadera dedicación al cliente, las iniciativas de negocio social deben ser una parte esencial del modo en que las empresas operan.

Nuestra extensa experiencia en el desarrollo de comunidades y la oferta de un servicio completo ayudan a nuestros clientes a lanzar rápidamente una comunidad de éxito, a integrarla en sus canales, procesos y sistemas y a mantener su interés, prosperidad y ausencia de problemas. El resultado es un rápido impacto en su empresa a través de una eficaz implementación basada en las prácticas recomendadas y una sólida estrategia de negocio social. inSided no solo entrega tecnología, sino que puede ayudar en cada paso del proceso.



Estrategia

estrategia de negocio social,
rápido análisis y caso práctico
empresarial, esquema de
comunidad



Concepto

casos de uso, concepto de
comunidad, diseño, estrategia
de contenido y activación



Implementación

desarrollo, pruebas,
integración de sistemas,
utilización, lanzamiento



Apoyo

percepciones, talleres,
intercambio de prácticas
recomendadas, mejora
continua

Aproveche nuestra pasión y experiencia para transformar la interacción de los clientes y conseguir su visión de éxito del negocio social.



+31 20 4279597



hello@insided.com



www.insided.com